

B-777



EVALUACION

Red de Información Comercial AICO

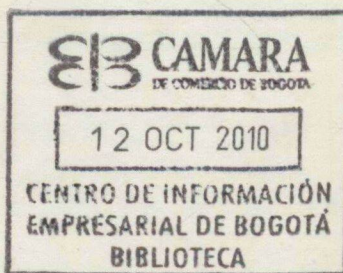


**CAMARA DE COMERCIO
DE BOGOTA**

Vicepresidencia
Comercial

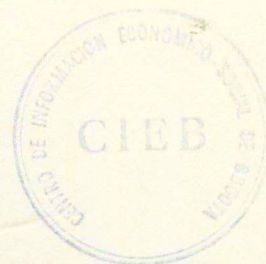
Vicepresidencia
de Operaciones e Informática

Vicepresidencia
de Planeación y Desarrollo



Santafé de Bogotá, D.C.
28 de octubre de 1994

Contenido



I. ESTRUCTURA INSTITUCIONAL

II. CARACTERISTICAS DE LA RED

III. DIAGNOSTICO ESTRATEGICO

A. *Equipo*

B. *Recursos humanos*

C. *Recursos económicos*

D. *Manejo de la información*

E. *Oferta de servicios*

1. Oportunidades comerciales
2. Base de precios de productos
3. Ferias internacionales
4. BRE
5. Cartelera internacional
6. Publicaciones
7. Vinculación con otras bases de datos
8. Relaciones internacionales
9. Boletines especializados

IV. PROMOCION Y DIFUSION

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Plan estratégico
2. Servicios
3. Adecuación tecnológica
4. Promoción y difusión
5. Recursos humanos

RECOMENDACIONES I SEMINARIO AICO

Biblioteca - CIEB -

79 19

No. Inventario _____

Fecha Ingreso | 22 | 05 | 96 |

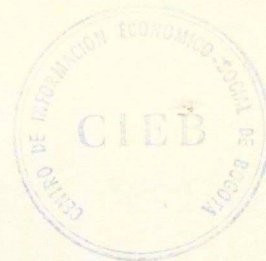
DIA MES AÑO

Precio \$ 2000 No. Ejemplares 1

I. Estructura institucional

La Red de Información Comercial AICO, es un programa internacional de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio, AICO, el cual ha sido desarrollado por la Cámara de Comercio de Bogotá desde octubre de 1978 con el propósito de colaborar con los esfuerzos de los países en la promoción del comercio exterior.

La Red de Información AICO, sustituyó a la Red Interamericana de Información Comercial, que dependía del Centro Interamericano de Promoción de Exportaciones, CIPE; empezó a funcionar en las instalaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá, según acuerdo suscrito el 10 de octubre de 1978 entre la Organización de Estados Americanos, OEA, y la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio, AICO, a través de la Cámara de Comercio de Bogotá que en ese momento ejercía la Secretaría Permanente de la AICO. La Organización de Estados Americanos, OEA, en 1987 dio por terminada su vinculación a la Red por dificultades presupuestales y en consecuencia la Cámara de Comercio de Bogotá asumió su manejo técnico, administrativo y económico. Posteriormente, la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio, AICO, en la asamblea general celebrada en Buenos Aires, Argentina, en noviembre de 1987, decidió continuar con el programa y ratificó en la dirección y manejo de la Red a la Cámara de Comercio de Bogotá.



II. Características de la Red

La Red de Información Comercial AICO, es fundamentalmente una base de datos cuya labor primordial es la de obtener y difundir información entre usuarios nacionales e internacionales, sobre oportunidades comerciales de oferta y demanda de bienes y servicios. Sin embargo, en el ejercicio de esta función, lo que hoy se denomina la Red no opera como un sistema de información inteligente que permita el diálogo con otras bases de datos y que entregue el cruce automático de las oportunidades que se presentan.

III. Diagnóstico estratégico

No hay duda que el principal activo de la Red es el servicio a nivel nacional e internacional, producto de su gestión en el pasado reciente y producto de sus vínculos con la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio y muy especialmente del respaldo que le ha brindado la Cámara de Comercio de Bogotá. Sin embargo, conviene examinar la Red a la luz de las nuevas realidades y tendencias mundiales que hoy por hoy le están exigiendo mayores desarrollos y mayor competitividad.

A. Equipos

La Cámara de Comercio de Bogotá, cuenta con un computador IBM 9221-150 con una memoria real de 32MB del cual la Red AICO utiliza los siguientes recursos:

- Almacenamiento en disco = 85.5 MB
- Una línea de comunicación remota SNA/SDLC.
- Una conexión X.25 de 7 canales virtuales a la red de transmisión de datos Coldapaq.
- Un Pad de comunicaciones X.25/Asincrónico de ocho puertos (se utilizan tres únicamente).
- Un conversor de protocolo asincrónico SDLC/SNA de ocho puertos.
- Un modem banda base conectado a la red Coldapaq de 9.600 BPS.
- Cinco modem asincrónicos de 2.400 BPS.
- Cinco líneas telefónicas de la red conmutada de telecomunicaciones ETB.
- Tres terminales 3270 conectadas al computador central.

Además la Red AICO cuenta adicionalmente con:

- Un microcomputador IBM 386
- Dos microcomputadores Compaq 486
- Un microcomputador Digital 486
- Dos impresoras Láser Jet 4 HP
- Un lector de CD ROM

Con éstos equipos la Red AICO ha logrado mantener su información de ofertas y demandas de productos y servicios. Como se observa, la Red en la actualidad no cuenta con la infraestructura tecnológica necesaria que le permita establecer la vinculación automática a nivel internacional con

otras redes de información, relacionadas con oportunidades comerciales, precios, información estadística y otros temas del comercio exterior.

B. Recursos humanos

La Cámara de Comercio de Bogotá ha destinado de manera exclusiva uno de los departamentos del área comercial —El Programa de Información Comercial— que está conformado por un director, cuatro analistas especializados en los sectores de alimentos, artesanías, químicos, cueros, metalmecánica e información de ferias y precios; 1 digitadora, 1 secretaria, 1 auxiliar y cuenta con la colaboración de un traductor, y con el soporte técnico y de producción del área de Operaciones e Informática.

C. Recursos económicos

En la actualidad la Red no recibe aportes de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio, por cuanto los compromisos no han sido claramente definidos, lo cual ha conllevado a que sea la Cámara de Comercio de Bogotá la que soporte toda la carga financiera de lo que se llama Red AICO.

D. Manejo de la información

La base de datos es alimentada con información de ofertas y demandas que se reciben a través de 2 fuentes:

1. Una fuente primaria que son cartas, télex, fax, formularios enviados directamente por los empresarios.
2. Una fuente secundaria que son centros de información; embajadas, y directorios especializados tanto de importadores como exportadores.

Un análisis a las fuentes directas de información, nos lleva a concluir, que de 357 oportunidades publicadas en 4 boletines e incluidas en la base de datos, el 90 % corresponde a la fuente primaria.

La principal restricción que se tiene es que la información recolectada en forma manual no permite una verificación y validación para asegurar su calidad. En este sentido, es importante señalar que los datos que se suministran a la Red no son recogidos en forma automática y por tanto, el proceso manual de reciclaje y transcripción no ofrece garantía al usuario, de la fidelidad de los datos que se suministran. Además, no se cuenta con posibilidades de conocer si las oportunidades se concretan o no en negocios.

El trámite manualizado de la información, desde que llega hasta la elaboración y publicación de los boletines, dura aproximadamente 20 días, los cuales varían dependiendo de las actividades. Este proceso se inicia con la codificación de los diferentes productos para luego ingresar a la base de datos para su posterior difusión a través de los boletines y la consulta en línea.



La mayor parte de la información se limita a la publicación en los boletines y permanece en la base de datos para consulta en línea, sin producirse un efecto multiplicador. Adicionalmente, no existe un compromiso institucionalizado de las demás cámaras ^{de}nea de comercio de suministrar con carácter permanente y regular información que alimente y mantenga actualizado el sistema.

E. Oferta de servicios

1. Oportunidades comerciales

Tradicionalmente ha sido mayor la participación de ofertas y demandas de productos que la de la oferta y la demanda de servicios, el volumen en los dos últimos años no ha presentado incrementos significativos, situación que parece se mantendrá en el presente año de acuerdo con los resultados que se tienen a la fecha. Este comportamiento obedece fundamentalmente a que no hay una afluencia masiva de información, agravado con el hecho de que la Red no se encuentra vinculada en línea con otras redes de oportunidades comerciales y en segundo lugar, debido a la realización en forma manual del acopio, procesamiento e ingreso de la información.

Al analizar el origen de las ofertas y las demandas, se encuentra que los países pertenecientes al área de la Asociación Iberoamericana mantienen el primer lugar en el envío de la información (cuadro 1). Sin embargo, existe un buen número de países que presentan una relativa participación en el registro de oportunidades, lo cual da posibilidades para identificar y realizar negocios (cuadro 2).

Cuadro 1

Cobertura de las oportunidades comerciales

Información vigente de enero a octubre de 1994

REGIONES	No. Ofertas	%	No. Demandas	%	Totales	%
IBEROAMERICA	2.176	44.65	951	31.38	3.127	39.56
EUROPA	462	9.48	915	30.19	1.377	17.42
NORTEAMERICA	562	11.53	358	11.81	920	11.64
AFRICA	92	1.89	94	3.10	186	2.35
ASIA Y OCEANIA	1.581	32.45	713	23.52	2.294	29.03
TOTALES	4.873	100	3.031	100	7.904	100

Fuente: Departamento de Sistemas.

Cuadro2

Principales países contenidos en la base de datos

PAÍSES	NUMERO DE OFERTAS	NUMERO DE DEMANDAS	PARTICIPACION DEL TOTAL DE OFERTAS	PARTICIPACION DEL TOTAL DE DEMANDAS
Colombia	707	212	14.51	6.99
India	667	65	13.69	2.15
Estados Unidos	522	244	10.71	8.05
México	269	101	5.52	3.33
Hong Kong	236	51	4.84	1.68
Perú	214	132	4.39	4.36
España	198	93	4.06	3.07
Venezuela	157	68	3.22	2.24
Ecuador	139	36	2.86	1.19
Corea del Sur	99	22	2.03	0.73
Brasil	94	10	1.93	0.33
Chile	81	21	1.66	0.69
Japón	76	90	1.56	2.97
Reino Unido	74	130	1.52	4.29
Italia	74	27	1.52	0.89
Argentina	71	32	1.46	1.06
Holanda	25	311	0.51	10.26
Canadá	40	114	0.82	3.76
Suecia	20	95	0.41	3.13
Francia	16	89	0.33	2.94
Otros países	1.094	1.088	22.45	35.89
TOTAL	4.873	3.031	100	100

Fuente: Departamento de Sistemas. Reporte del 19-10-94.

2. Base de precios de productos en los mercados internacionales

La filosofía con la cual se diseñó la base de datos de precios de productos de la Red, fue constituir una herramienta que sirva de indicador económico de cotizaciones de productos básicos, commodities e insumos de la industria química y plástica. Esta base de datos contiene 1.062 cotizaciones en los mercados internacionales de 80 productos. Es alimentada con base en la información de boletines y periódicos especializados en información de precios, como el *Chemical Marketing Report*, *Infofish* y el *Wall Street Journal*.

Sin embargo, es importante señalar que la información que se suministra es solamente de tipo referencial, la cual incluye las cotizaciones del mes anterior a la publicación del boletín y en ningún momento se puede comparar con la que suministran las bolsas internacionales minuto a minuto.

Adicionalmente, otra de las limitaciones que tradicionalmente ha caracterizado este servicio de precios para ofrecer información actualizada, ha sido el alto costo que presenta la vinculación a bases de datos internacionales especializadas, pues es evidente, que la utilidad de la información de precios internacionales está relacionada con las fuentes de información y el grado de actualización que presenten. El costo promedio de suscripción por producto es de US\$250.

En cuanto al boletín de precios, a pesar de que la cobertura que ofrece la base de datos de precios es pequeña comparativamente en términos internacionales, se destaca como la única base del sector privado que presenta éstas características en América Latina.

3. Ferias internacionales

En el presente año se han publicado 789 eventos feriales, en el boletín especializado, el cual contiene las ferias a realizarse en el siguiente semestre a su publicación, con el propósito de solucionar las inquietudes que se presentan con relación a éste servicio. No obstante, requiere ser sistematizada por cuanto su consulta por parte de empresarios y demás usuarios nacionales y extranjeros hace imperiosa una respuesta ágil y oportuna.

4. Bureau de Rapprochement des Entreprises, BRE

Como complemento a la información de los boletines, se han publicado 2.100 oportunidades de cooperación industrial de la base de datos BRE (Bureau de Rapprochement des Entreprises), en convenio suscrito con la Cámara de Comercio de Bogotá como corresponsal. Sin embargo este proceso de publicación de cooperación técnica, financiera o comercial, se realiza en forma manual.

5. Cartelera Internacional de Negocios

La cartelera internacional de negocios es un servicio diseñado para ser utilizado en forma exclusiva por los usuarios remotos que están suscritos a la Red (en la actualidad 17 usuarios), en la cual se permite anunciar las oportunidades comerciales de productos y servicios con una permanencia máxima de 15 días, con el propósito de establecer en forma inmediata de negocios a nivel internacional.

Una de las características del servicio ha sido el casi nulo nivel de utilización para la divulgación de las oportunidades de negocios. Entre los usuarios potenciales de la cartelera se han identificado tres razones de este comportamiento:

- a. Se considera que la tarifa es elevada en comparación con el servicio que se ofrece (la inclusión en la cartelera de un producto o servicio para su difusión tiene una tarifa de US\$50 y para su consulta el valor del servicio hace parte del costo de suscripción en línea a la Red).
- b. Se señala la necesidad de incrementar la labor de promoción de este servicio.
- c. No se publica en los boletines.

6. Publicaciones

La Cámara de Comercio de Bogotá ha subsidiado financiera y técnicamente la elaboración de publicaciones en temas relacionados con la promoción, fomento y desarrollo del comercio exterior. Como resultado de esta labor, la Cámara de Comercio de Bogotá ha institucionalizado la publicación “Cómo Exportar A...”, de la cual se han realizado 6 ediciones a partir de 1988 y próximamente se efectuará el lanzamiento del libro “Cómo Exportar a 153 Países”.

Una de las características de esta publicación ha sido la aceptación favorable que ha tenido entre los empresarios, instituciones e investigadores internacionales. Se observa en el cuadro 3, el número de ejemplares editados y el stock existente.

Cuadro 3
Publicaciones

Publicaciones	Año de edición	No. ejemplares	Stock existente *
Cómo Exportar a Europa	1991	2.000	968
Cómo Hacer Negocios con el Nuevo Eje de la Economía: la Cuenca del Pacífico	1992	1.000	20
Guía de Mercados Internacionales	1993	1.000	763
Cómo Exportar a 153 Países **	1995	1.000	

* A septiembre de 1994.

** Esta publicación estará en circulación próximamente.

7. Vinculación con otras bases de datos

La Cámara de Comercio de Bogotá con el propósito de ampliar los servicios de la Red ha obtenido por medio de convenios y donaciones de organismos colombianos e internacionales diversas bases de datos de interés para el sector empresarial (Cuadro 4). Sin embargo, dada su diferente naturaleza y diseño, cada una de ellas presenta limitaciones, por cuanto estas bases de datos no son de consulta en línea y por tanto su actualización es responsabilidad del propietario. Sólo una de ellas, la base BACEX de propiedad del Instituto Colombiano de Comercio Exterior, INCOMEX, puede ser consultada en línea por los funcionarios de la Cámara de Comercio de Bogotá. En la actualidad por

Cuadro 4

Bases de datos

Bases de datos	Contenido	Manuales	Disponibilidad	Propietario	Fecha de la información
ATPACOL	Información de 9 sectores productivos que gozan de la Ley de Preferencias Andinas ATPA de los Estados Unidos.	Disponible	Diskette	Ministerio de Desarrollo	1994
COEXCOL	Información estadística relativa a las operaciones del comercio exterior colombiano de importaciones y/o exportaciones.	No disponible	Diskette	Incomex	1992
BACEX	Registro de importación: principales importadores; principales productos de importación y principales países de importación.	Disponible	En línea	Incomex	1994
DATAINTAL	Base de datos de estadística que permite el acceso a la información sobre comercio bilateral, balanza comercial e intercambio comercial de 22 países de América.	Disponible	Diskette Instalado en el servidor de la CCB.	BID/Intal	1992
CAN	Programa computacional elaborado por la Cepal y Onudi, para evaluar y descubrir el medio competitivo internacional; permite acceder fácilmente a un conjunto de datos de comercio exterior sobre un gran número de países y sectores.	Disponible	Diskette	Cepal	1990
REFLEX-DATA	Base de datos referencial sobre sistemas de información y bancos de datos.	Disponible	Diskette	SELA-Aladi	1994
WER LIEFERT WAS?*	Base de datos que permite buscar un registro de productos, compañías, marcas de fábrica de Alemania, Austria y Suiza	Disponible	CD ROM	GmbH Alemania	1993
BRE**	Gestiona ofertas de cooperación no confidenciales. Su funcionamiento se basa en el intercambio de documentos entre las empresas, los corresponsales y la unidad central del BRE en Bruselas.	No disponible	Diskette	BRE	1994

* WER LIEFERT WAS?* QUIEN SUMINISTRA QUE?

** BRE* Bureau de Rapprochement des Entreprises

las restricciones tecnológicas existentes los usuarios remotos de la Red no pueden realizar consultas en línea, toda vez que estas bases de datos no se encuentran integradas en el sistema de información comercial. Con la información de las bases de datos anteriores, se atienden las consultas de los empresarios.

8. Relaciones interinstitucionales

Resulta de la mayor importancia mantener el contacto con todos aquellos organismos internacionales que en el marco de la cooperación internacional brindan apoyo técnico y económico a proyectos que como la Red de Información Comercial promueven el comercio. Sin embargo, y específicamente la AICO, debe definir de una vez por todas el esquema y las condiciones de la participación de las cámaras de comercio en favor de un verdadero sistema de información que vaya más allá de la retórica.

9. Boletines especializados

Además de sistema en línea, una de las formas de difusión de la información contenida en la base de datos de ofertas y demandas de bienes y servicios de la Red Aico se realiza por medio de los Boletines Sectoriales, cuyas estadísticas y relación costo beneficio se presentan en el cuadro 5.

Cuadro No. 5

CUADRO ESTADISTICO DE LOS BOLETINES ESPECIALIZADOS

BOLETIN	No. Suscriptores			Edición		Costo edición anual US\$	Correo anual		Gastos de personal anual US\$	Gastos utilización sistemas US\$	Total gastos US\$	Total ingresos US\$	Ingresos/Gastos
	Nacio- nales	Interna- cionales.	Total	Mensual	Anual		Nacio- nales US\$	Interna- cionales US\$					Déficit US\$
Alimentos	75	32	107	500	6.000	944	579	577	2.068	2.043	6.211	5.882	329
Químicos	83	29	112	500	6.000	799	641	523	1.906	2.043	5.912	5.868	44
Artesanías	67	12	79	500	6.000	831	517	216	2.068	2.043	5.675	3.596	2.079
Cuero	78	16	94	500	6.000	1015	602	288	2.666	2.043	6.614	4.389	2.225
Metalm.	73	15	88	500	6.000	883	564	270	1.642	2.043	5.402	4.110	1.292
Ferias	15	5	20	500	6.000	1209	116	90	1.906	2.043	5.364	1.036	4.328
Precios	27	8	35	200	2.400	525	209	144	1.642	2.043	4.563	1.765	2.798
TOTALES	418	117	535	3200	38.400	6.206	3.228	2.108	13.898	14.302	39.741	26.646	13.095

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá

Es importante destacar que a partir de 1991, de 885 suscripciones a los Boletines en ese año, se ha iniciado una etapa de descenso: en 1992 disminuyó a 647, en 1993 a 386 y en lo que va corrido del año 1994 se tienen 535 suscripciones.

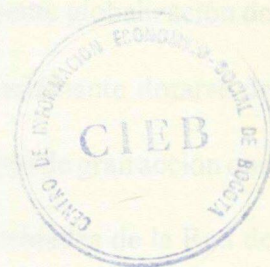
IV. Promoción y difusión

La labor de promoción de los servicios de la Red, la realiza la Cámara de Comercio de Bogotá asumiendo todos los costos, mediante el envío regular del Portafolio de Servicios de la Red AICO, dirigida especialmente al sector empresarial y a los organismos que de una u otra forma tienen que ver con el comercio internacional. Así mismo esporádicamente, algunas cámaras de comercio de la Aico han colaborado en el marco de las ferias y eventos nacionales e internacionales, con la distribución y presentación a un nutrido grupo de participantes, los beneficios que pueden obtener haciendo uso de un sistema de información de esta índole.

Es así como la Red AICO tuvo presencia en la Feria Internacional de Canarias en España, en la Feria de Hannover en Alemania y en Colombia en los eventos organizados por la Corporación de Ferias y Exposiciones, Corferias.

La Cámara de Comercio de Bogotá divulga los servicios de la Red mediante la presentación de un video a empresarios, consejeros comerciales y la proyección del mismo en foros y eventos organizados por la ésta y por otras instituciones vinculadas al comercio internacional.

En estas actividades de promoción y difusión la Cámara de Comercio de Bogotá ha entregado 5.930 Portafolios de Servicios*, elaborados en español e inglés, que incluyen los siete boletines especializados AICO Trade Link/Enlace Comercial, con formularios de oferta y demanda de bienes y servicios.



2. SERVICIOS

* Mayo de 1992 - Septiembre de 1994

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. PLAN ESTRATEGICO

- Resulta de la mayor importancia que la Asociación, acorde con la creciente globalización de la economía y toda vez que un sistema de información implica necesariamente dotarse de instrumentos que favorezcan la labor empresarial, inicie un plan estratégico de gran acción que determine metas, objetivos cuantificables, directrices y un plan de prioridades de la Red de Información Comercial.
- Establecer un nuevo concepto para el manejo de las oportunidades que responda al proceso de internacionalización que se observa en las economías de nuestros países, y que se refleja en el establecimiento de diversos acuerdos de carácter comercial, para lo cual sería útil, avanzar en un nuevo criterio que permita ofrecer información por áreas, regiones y acuerdos de integración comercial, entre otros, con el fin de ofrecer una guía veraz y útil a los empresarios, que les permita identificar oportunidades comerciales en el mercado internacional.

2. SERVICIOS

- Es determinante replantear la actual estructura de los boletines, para convertirlo en una herramienta que conlleve a la realización efectiva e inmediata de negocios.

CUADRO No. 6
LISTA DE SUSCRIPTORES EN LINEA VIGENTES A SEPTIEMBRE DE 1994

	USUARIO	NOMBRE	CONEXION A	CONTRATO DESDE	VIGENTE HASTA	CANTIDAD DE REG. CONSULTADOS
1	S63	Cámara de Comercio de Cali	RED AICO			
2	S18	William Tiga Tita (*)	REDAICO	15/06/94	15/06/95	0
3	S27	FENALCO	RED AICO	8/07/92	26/08/94	10
4	S29	Cámara de Comercio de Dosquebradas	RED AICO	1/07/92	5/08/94	193
5	S37	Cámara de Comercio de Medellín	RED AICO	9/10/92	18/08/95	144
6	S64	Cámara de Comercio de Bucaramanga	RED AICO	26/05/93	26/05/95	54
7	S16	Aamar Gulzar Qureshi (*)	RED AICO	15/06/94	15/06/95	0
8	S82	Bertrand Jocteur (*)	RED AICO	15/09/93	15/09/94	0
9	S83	Cámara de Comercio de Manizales	RED AICO	21/09/93	21/09/94	19
10	S87	Gerencia de Desarrollo y Comercio Exterior	RED AICO	26/10/93	26/10/94	16
11	S97	Secretaria AICO - México (*)	RED AICO	19/04/94	19/04/95	0
12	S96	Cámara de Comercio de Córdoba, Argentina (*)	RED AICO	19/04/94	19/04/95	0
13	S32	Pluma Andina	RED AICO	7/09/94	7/09/95	0
14	S36	INCOMEX (*)	Red Aico-Reg. M.	12/07/93	12/07/95	96
15	S86	Proexport Colombia (*)	Red Aico-Reg. M.	30/09/93	30/09/94	5
16	S98	Cámara de Comercio de Ibagué	Red Aico-Reg. M.	20/04/94	20/04/95	17
17	S10	Cámara de Comercio de Sogamoso	Red Aico-Reg. M.	22/09/94	22/09/95	0
TOTAL REGISTROS						554

(*) corresponde a usuarios suscritos por convenio

- Se considera que las ofertas y demandas deben contener fecha de vigencia. Es decir, con el ánimo de promover la investigación y fortalecer la orientación que debe dársele al empresario en el proceso de mercadeo de sus productos, el boletín debería contener información sobre: características de los mercados, procedimientos para exportar a un determinado país o grupo de países, datos estadísticos, proyecciones de comercio exterior, contactos institucionales, modalidad de crédito, facilidades que brindan determinados mercados, legislación aduanera, tarifas y calendario de ferias internacionales, entre otros temas de interés para todo aquel que quiera acceder a los mercados internacionales.

- La ampliación de la base de datos dependerá del compromiso y la participación efectiva de las Cámaras de Comercio de la Asociación para suministrar permanentemente información no sólo derivada de fuentes secundarias sino primarias. Esta participación será fundamental para definir también las características futuras en términos financieros, de servicios, cobertura de las oportunidades, difusión de la información, así como de las vinculaciones con otros sistemas de información comercial internacional.

- Con el ánimo de incrementar los niveles de suscripción a los boletines, consecuentemente debe hacerse una inversión en tecnología para lograr ampliar la capacidad instalada, adquirir fuentes de información y diseñar una política de promoción agresiva por parte de la Asociación.

- Respecto a la información de precios, para reducir las deficiencias tanto en cobertura como en el grado de actualización que caracteriza esta información que ofrece la Red, es necesario

evaluar la línea de productos que conformarían la base de datos, las potenciales fuentes de información con las cuales se deberá establecer vinculación, o en su defecto, resultaría más conveniente la eliminación temporal de este servicio hasta tanto no se defina una política que garantice confiabilidad, rentabilidad y eficiencia.

- En relación al nivel de competencia con otras fuentes de información, deberá establecerse un compromiso conjunto de investigación para lanzar nuevos servicios que satisfagan las necesidades de los empresarios miembros de las diferentes cámaras de la Asociación.

3. ADECUACION TECNOLOGICA

- Es claro que en la medida en que América Latina se integre más a la economía mundial, será necesario adecuar tecnológicamente su infraestructura a las nuevas necesidades del sector empresarial, para lograr una mayor cobertura en el ámbito nacional e internacional.
- Para que exista una red que permita el diálogo y el intercambio de información con otras bases de datos, se requiere contar con una infraestructura de sistemas y de telecomunicaciones que se adecúe a las características de un sistema de información integrado.

4. PROMOCION Y DIFUSION

- Es necesario que la Asociación defina una política de mercadeo y estructura de tarifas para la promoción y difusión de los servicios.

- A pesar del esfuerzo realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá en la promoción y divulgación del sistema de información comercial en línea, la cobertura y suscripción al sistema exige en el corto plazo, adoptar un compromiso por parte de las cámaras de comercio de la AICO para financiarlo, junto con la promoción entre sus afiliados para incrementar la suscripción a este instrumento. (Ver cuadro 6). Del análisis de esta información se observa que del total de 14 inscritos, participan del servicio 7 cámara de comercio de Colombia y 2 del exterior.

5- RECURSOS HUMANOS

- Dada la estructura actual de captura y procesamiento de la información el personal profesional se concentra en tareas operativas. Sería importante que las cámaras miembros de AICO nos envíen la información en medio magnético.
- Debe establecerse un mecanismo estadístico en todas las cámaras de comercio de AICO que ejerza un monitoreo permanente a los productos y servicios que se ofrecen, con base en la satisfacción del cliente.

La Cámara de Comercio de Bogotá ha asumido una responsabilidad onerosa y con problemas administrativos y técnicos por falta de cooperación de la mayoría de las cámaras de comercio en la recolección, el suministro, la difusión de la información e incluso en la no suscripción a la Red.

A la luz de la evaluación efectuada por la Cámara de Comercio de Bogotá, ésta considera que la actividad de la Red en las condiciones actuales no se ajusta a la realidad del sector empresarial ni al proceso de apertura e interdependencia de la economía mundial.

En consideración a lo anterior es de vital importancia que la Asociación adopte una decisión política que permita un replanteamiento del compromiso para el funcionamiento pleno del sistema de información desde una óptica financiera, técnica y operativa, por parte de todas las cámaras asociadas, estableciendo adicionalmente, un presupuesto que logre subsanar las deficiencias encontradas. Sin estas definiciones prioritarias la Cámara de Comercio de Bogotá considera que no debería continuar prestándose este servicio.

2. Oportunidades comerciales

Suscepto que la demanda incluya todos los países desarrollados, en tanto que la oferta y la demanda debe concentrarse en los productos primarios de Iberoamérica. No obstante, la

Cámara de Comercio de Bogotá considera que la operación de la Red debe ser sencilla

Disponer del servicio en línea dentro de las cámaras provinciales del sector, para poder recibir, en opción y evaluar

Contar dentro de la Red con un cuadro electrónico que facilite la identificación de las cámaras de comercio que ya lo poseen

RECOMENDACIONES DEL I SEMINARIO AICO

En el I Seminario AICO sobre "Cooperación empresarial entre Europa e Iberoamérica", las cámaras de comercio participantes recomendaron lo siguiente:

1. Boletines

- Sugieren mayor agilidad en su entrega e información adicional que contemple, entre otros aspectos, datos estadísticos y proyecciones de comercio exterior.

2. Oportunidades comerciales

- Sugieren que la demanda incluya todos los países desarrollados, en tanto que la oferta y la demanda debe concentrarse en los productos originarios de Iberoamérica. Sin embargo, la Cámara de Comercio de Bogotá considera que la cobertura de la Red debe ser mundial.
- Disponer del servicio en línea abierto a todas las cámaras previo envío del respectivo password, para conocer realmente esta opción y evaluarla.
- Contar dentro de la Red con un correo electrónico que facilite la comunicación entre las cámaras de comercio que ya lo poseen.

- Suministrar, por parte de la Cámara de Comercio de Bogotá, a cada cámara miembro de AICO, el software de la Red que permita trabajar en diskette la oferta y la demanda de cada país de la Asociación y enviarlo a Bogotá para la alimentación del sistema.

3. Bases de datos de ferias y precios internacionales

- Contar con una base sistematizada de ferias y eventos internacionales al servicio de los empresarios iberoamericanos e incluso para elaborar un directorio detallado que contenga, entre otros aspectos, información sobre los expositores directos e indirectos, los visitantes al evento, el manejo de los tiquetes, los productos a exhibir, la localización del recinto y el área que dispone para tal exposición, así como asuntos presupuestales y organizacionales.
- Contar con fuentes inmediatas y veraces para alimentar a la base de datos de precios o poder prestar el servicio en línea de la manera más ágil y confiable a los diferentes usuarios, ya que este servicio es considerado un instrumento de gran utilidad en el comercio internacional. Por ello, las cámaras sugieren establecer **un compromiso de ayuda y cooperación frente a la Cámara de Comercio de Bogotá para acceder a bases de datos nacionales e internacionales de calidad reconocida. En caso de no obtenerse el apoyo financiero necesario para adquirir estas costosas fuentes, la Cámara de Comercio de Bogotá no continuaría con la base de datos de precios internacionales.**

4. Tarifas

Los delegados de las cámaras manifestaron que las tarifas son elevadas, especialmente la del servicio en línea, por tanto sugieren una reducción sustancial o que una suscripción en línea incluya la suscripción a los boletines AICO *Trade Link*/Enlace Comercial.

INFORME
FINANCIERO

Santafé de Bogotá, D.C., Octubre 28 de 1994

Informe Financiero 1994

INGRESOS ANUALES

	1994
Subscripción AICO	3.618
Renovación AICO	2.404
Total subscripción	6.022
Costa información comercial	110
Operación a la base de datos	1.201
Dono a crédito	724
Publicaciones	1.201
Alquiler ingresos	20.545
TOTAL INGRESO	32.507

EGRESOS ANUALES

	1994
Dividendo	1.201
Subscripción	1.201
Administración	1.201
Publicaciones	1.201
Costo	1.201
Reclutamiento	1.201
TOTAL EGRESO	10.007

INFORME FINANCIERO

Santafé de Bogotá, D.C., Octubre 28 de 1994

Informe Financiero 1994

INGRESOS ANUALES

	US\$
Suscripción AICO	3.618
Renovación AICO	2.404
Total suscripción	6.022
Venta información comercial	110
Conexión a la base de datos	286
Abono a créditos	724
Publicaciones	1.801
Boletín ingresos	26.646
TOTAL INGRESO	35.589

EGRESOS ANUALES

	US\$
Dirección y administración	79.771
Sostenimiento	18.411
Arrendamientos	1.124
Suministros y suscripciones	3.611
Boletines y publicidad	457
Adquisición equipo	4.977
Publicaciones	7.840
Correo	14.979
Boletín egresos	39.741
TOTAL EGRESO	170.911
Déficit	135.322
Tasa representativa	\$839

Total déficit de la Red US\$135.322

DIRECCION DE SISTEMAS

OCTUBRE 27 DE 1994

COSTO EQUIPO I.B.M.		VALOR MES	
Vr. CONTRATO MANTENIM I.B.M.		2,669,369	
Vr. RENTA SORT/DLI I.B.M.		904,326	
Vr. RENTA SIST. OPER. I.B.M.		2,832,414	
VR. RENTA UPGRADE 9221 I.B.M.		4,679,214	
VR. RENTA MANTIS		4,172,800	
VR. MANT. AIRE PISO H.S.S. LTDA		194,190	
VR MANT U.P.S. IEE. LTDA		330,796	
TOTAL CARGOS MES		15,783,109	\$315,662.18
COSTO INSTALACIONES			
VR. METRO CENTRO COMP		375,000	\$7,500.00
COSTO equip. comunicaciones		631,000	\$631,000.00
RECURSO HUMANO			
OPERADOR COMPUTADOR		VALORES	
SUELDO BASICO		380,600.00	
PRESTACIONES		163,353.52	
AUXILIO DE CAFETERIA		20,000.00	
APORTES PARAFISCALES		34,254.00	
ISS		53,127.95	
TOTAL		651,335.47	\$13,026.71
OPERADOR DE CONTROL		VALORES	
SUELDO BASICO		366,100.00	
PRESTACIONES		157,130.12	
AUXILIO DE CAFETERIA		20,000.00	
APORTES PARAFISCALES		32,949.00	
ISS		51,103.90	
TOTAL		627,283.02	\$12,545.66
DPTO. SISTEMAS			
SUELDO BASICO		595,500.00	
PRESTACIONES		255,588.60	
AUXILIO DE CAFETERIA		20,000.00	
APORTES PARAFISCALES		53,595.00	
ISS		83,125.85	
TOTAL		1,007,809.45	\$20,156.19
costo red AICO 2% DEL TOTAL			
COSTO TOTAL MES SISTEMAS			\$999,890.74

COSTOS EDICION BOLETINES

Sector	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Total	US\$ Sep/94	Promedio US\$ Año 94
Alimentos	76.375	51.832	50.162	64.385	60.302	78.918	69.924	82.228	59.508	593.634	708	944
Químicos	54.763	59.741	43.678	51.568	46.899	64.591	64.725	68.358	48.018	502.341	599	799
Artesanías	64.646	46.350	73.630	58.176	39.245	67.901	65.840	54.469	52.323	522.580	623	831
Cuero	84.549	67.941	63.284	72.422	59.884	90.641	59.326	71.335	68.950	638.332	761	1.015
Metalm.	70.759	46.349	69.742	64.385	49.584	68.796	56.350	78.776	50.854	555.595	662	883
Ferías	106.991	100.099	83.793	64.385	85.402	59.012	75.644	92.926	93.021	761.273	907	1.209
Precios	34.836	40.155	35.118	37.023	31.804	36.188	39.821	36.722	39.164	330.831	394	525
TOTALES										\$3.904.586	4.654	6.205

*Fuente: Estadísticas Departamento de Publicaciones Cámara de Comercio de Bogotá.
Tasa representativa US\$839.*

Costo de edición incluye: personal, papelería, plancha e impresión.

GASTOS CORREO

Sector	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Total \$	US\$ TOTAL/ AÑO
URBANO	45.680	86.220	83.575	176.520	182.830	---	35.195	280.740	25.810	916.570	1.457
AEREO	622.220	590.460	1.181.500	431.270	2.416.370	1.527.780	1.434.980	1.372.780	1.598.660	11.176.020	17.761
ADMN. POSTAL	28.050	63.060	100.500	96.900	76.860	31.980	91.760	141.950	59.520	690.580	1.097
TOTALES										12.783.270	20.315

*Fuente: Estadísticas Departamento de Correspondencia Cámara de Comercio de Bogotá.
Tasa representativa US\$839.*

